

*Universidad del Salvador*

*Facultad de Medicina*

*“Determinación de los rasgos psico-  
sociales favorables del entrenador,  
evaluados por sus clientes”*



Tutora: Méndez Díz, Ana María

Licencianda: Rivarola, Verónica

Carrera: Licenciatura en Actividades Físicas y  
Deportivas.

Año: 2001

## Agradecimientos

Dada la importancia que requiere elaborar una tesis de graduación, en esta oportunidad, quisiera agradecer a mis padres, hermanos, a mi novio y toda su familia que tanto me alentaron a lo largo de toda la carrera y gracias a quienes he logrado llegar a este momento tan importante de mi vida.

También quisiera destacar la gran ayuda recibida por parte de la Directora Blanca Tobías, las Profesoras Marcela y Blanca Rizzo y, muy especialmente, a la profesora Ana María Mendez Díz que al aceptar ser mi tutora, hicieron posible el llevar a cabo este trabajo.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## Dedicatoria

Dedico el esfuerzo de este trabajo, a la gran familia que descubrí tener. A esas personas que me apoyaron incondicionalmente a lo largo de estos cuatro años, y que tanto necesité. Sin su permanente presencia, todo hubiera resultado más difícil, por lo tanto tengo que agradecerles el haberme facilitado las cosas tal como lo hicieron. Y, desde lo más profundo se lo dedico a Dios porque me ha dado todo esto, y me permite disfrutarlo.

También dedico un gran reconocimiento a todos mis amigos por su comprensión y permanente interés.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

# Índice

## INTRODUCCIÓN

Planteo del Problema

Justificación

Fundamentación

Objetivo

Variables

Indicadores

Operacionalización de las Variables

Instrumentos de recolección de datos

Unidad de Análisis

Financiamiento

Metodología

Descripción de la muestra

Método de recolección de datos

Técnicas de análisis de datos

Presentación de los resultados



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Referencias Bibliográficas

ANEXOS

RESUMEN

GLOSARIO

<i>INTRODUCCIÓN</i> .....	7
Planteo del Problema.....	8
Justificación.....	8
Fundamentación.....	8
Objetivo.....	8
Variables.....	9
Indicadores de las variables.....	10
Operacionalización de cada variable.....	10
Instrumentos de Medición.....	11
Unidad de Análisis.....	11
Población.....	11
Muestra.....	11
Selección de la muestra.....	12
Materiales y Métodos.....	12
Tipo de Investigación.....	12
Diseño de Investigación.....	13
<i>MARCO TEORICO</i> .....	14
Rasgos de la personalidad.....	15
Exploración y evaluación de los rasgos.....	20
Los motivos humanos.....	21
Capacidad de innovar.....	24
Éxito profesional.....	25
La persuasión como método para llegar al éxito.....	31
Liderazgo: sinónimo de éxito.....	34
La imagen del entrenador deseable.....	39
▪ Roles del entrenador.....	39
La personalidad de un entrenador.....	40
El perfil de la personalidad del entrenador.....	41
▪ El entrenador autoritario.....	41
▪ El entrenador democrático.....	42
▪ El entrenador permisivo.....	43
El reconocimiento: otro factor del éxito.....	45
La empatía de un entrenador.....	46
<i>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</i> .....	48
<i>CONCLUSIÓN</i> .....	51
<i>BIBLIOGRAFÍA</i> .....	54
<i>GLOSARIO</i> .....	56



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## 1. Introducción

### 1.1. Planteamiento del problema

Estimando que el servicio al cliente es un factor clave para el éxito de una empresa, se plantea el problema de cómo mejorar la calidad del servicio al cliente en una empresa de servicios. El problema se plantea en términos de cómo mejorar la satisfacción del cliente, la lealtad del cliente y la eficiencia del servicio al cliente.

El problema se plantea en términos de cómo mejorar la satisfacción del cliente, la lealtad del cliente y la eficiencia del servicio al cliente. El problema se plantea en términos de cómo mejorar la satisfacción del cliente, la lealtad del cliente y la eficiencia del servicio al cliente.

### 1.2. Objetivos

Este documento tiene como objetivo principal describir el problema de cómo mejorar la calidad del servicio al cliente en una empresa de servicios. El documento también tiene como objetivo describir las soluciones que se han implementado para mejorar la calidad del servicio al cliente.

### 1.3. Metodología

Se han utilizado diferentes metodologías para investigar el problema de cómo mejorar la calidad del servicio al cliente en una empresa de servicios. Se han utilizado metodologías cuantitativas y cualitativas para investigar el problema. Se han utilizado metodologías cuantitativas y cualitativas para investigar el problema.

### 1.4. Resultados

Los resultados de la investigación de los clientes sobre los servicios al cliente muestran que los clientes valoran la atención personalizada, la empatía, la comunicación, la eficiencia y la rapidez en la atención. Los resultados de la investigación de los clientes sobre los servicios al cliente muestran que los clientes valoran la atención personalizada, la empatía, la comunicación, la eficiencia y la rapidez en la atención.

### *1.1. Planteo del Problema*

Estimando que el realizar una lectura adecuada del ambiente que lo rodea puede ser para un entrenador la *clave* a la hora de desarrollar su profesión con éxito, por ello es que se inicia esta investigación, con el fin de conocer las posibles características psico-sociales y/o culturales de un entrenador que más se destacan o evalúan positivamente por los clientes diferenciados por su nivel cultural.

El ámbito de realización de esta investigación se establece en una ciudad de la provincia de Buenos Aires, más concretamente, en Pilar. Esta ha crecido demográficamente en forma vertiginosa considerándose una de las más ricas de la zona, lo cual resulta particularmente favorable a la hora de diferenciar la influencia de las características a analizar en los distintos grupos de estudio.

### *1.2. Justificación*

Este trabajo será realizado con el fin de proporcionar conocimiento acerca del problema planteado seguidamente, que servirá a los entrenadores mismos. Considero este trabajo novedoso por expresar un enfoque diferente desde y para los entrenadores, y por aportar más datos sobre un sector relativamente poco estudiado.

### *1.3. Fundamentación*

Es fundamental la génesis de la propia identidad mediante la interacción social y mediante las acciones que realiza el individuo en el grupo del que forma parte. Es decir, la conducta de una persona sólo puede entenderse en relación con la conducta de todo grupo social. Dado que la identidad personal se construye a partir de los procesos sociales de interacción, una persona puede asumir como propia la estructura social dentro de la que el mismo se encuentra.

### *1.4. Objetivo*

A. Detectar la percepción de los clientes acerca de los rasgos psicosociales (persuasión, motivación, empatía, comunicación, credibilidad, atracción, información, reconocimiento y liderazgo) y culturales de los entrenadores.